



**“ANALISIS KUALITAS DATA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DENGAN METODE IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS DAN CUSTOMER
SATISFACTION INDEX”
(STUDI KASUS PADA BADAN PUSAT
STATISTIK PROVINSI RIAU)**

TIM PENELITIAN :

Ade Ria Nirmala, SE., MM

Umi Rachmah Damayanti, SE., MM

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Kualitas Pelayanan	5
2.2. Definisi Jasa Pelayanan	6
2.3. Kualitas Data	7
2.4. Gap / Kesenjangan Kualitas Layanan	8
2.5. Kepuasan Konsumen	8
2.6. Badan Pusat Statistik (BPS)	9
2.7. Penelitian Terdahulu	10
 BAB III METODE PENELITIAN	12
3.1. Lokasi Penelitian	12
3.2. Rancangan Penelitian	12
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	13
3.4. Teknik Pengumpulan Data	14
3.5. Metode Analisis Data	15
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Responden	20
4.2. Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau	23
4.3. Analisis Kesenjangan (<i>Gap Analysis</i>)	30
4.4. Analisis tingkat kepentingan konsumen dengan kinerja petugas (<i>Importance Performance Analysis</i>)	32

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan36

5.2. Rekomendasi36

DAFTAR PUSTAKA39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan, Tjiptono (2006). Dalam membangun kepuasan konsumen tidak dapat begitu saja dilakukan, tetapi memerlukan proses yang panjang. Salah satu caranya adalah melalui kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan dalam memenuhi harapan konsumen.

Reformasi birokrasi merupakan salah satu langkah awal untuk melakukan penataan terhadap sistem penyelenggaraan pemerintahan yang baik, efektif dan efisien. Hal ini diharapkan dapat membentuk birokrasi yang melayani masyarakat secara cepat, tepat dan profesional. Demikian pula yang harus dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai salah satu Lembaga Pemerintah Non-Kementerian.

Badan Pusat Statistik (BPS) mempunyai tugas untuk menyediakan data statistik yang lengkap, akurat dan mutakhir dalam mewujudkan Sistem Statistik Nasional. Hal tersebut tertuang dalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Statistik. Dengan demikian, BPS sebagai lembaga publik memiliki peran dalam memberikan pelayanan terhadap permintaan data dan informasi statistik.

Sesuai amanat Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik bahwa salah satu kewajiban dari penyelenggara pelayanan publik adalah memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan asas penyelenggaraan pelayanan publik. Badan Pusat Statistik (BPS) dinilai baik kinerjanya tidak hanya dilihat dari kesuksesan pelaksanaan kegiatan statistik, tetapi juga dilihat dari bagaimana data Badan Pusat Statistik (BPS) dapat diakses oleh seluruh masyarakat. Pada dasarnya data tersebut wajib disosialisasikan pada masyarakat.

Penyebarluasan data Badan Pusat Statistik (BPS) kepada masyarakat menjadi sorotan utama dari pihak luar, baik oleh sesama instansi pemerintah, swasta maupun masyarakat umum. Oleh sebab itu, penyajian dan penyebarluasan data perlu disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan informasi saat ini.

Pelayanan Statistik Terpadu (PST) Badan Pusat Statistik Provinsi Riau merupakan salah satu bentuk pelayanan publik yang diselenggarakan oleh BPS sebagai pemegang izin usaha penyediaan Loker Pelayanan Terpadu. Pada dasarnya semua konsumen data Badan Pusat Statistik (BPS) menginginkan pelayanan yang prima dari penyedia data. Pelayanan prima berupa pelayanan yang baik, cepat dan handal, serta memberikan kepuasan kepada konsumen yang bersangkutan. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda terhadap pelayanan, baik terhadap ragam data dan kualitas data, kualitas pelayanan serta ketersediaan sarana.

Berdasarkan data tingkat kunjungan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2015, masyarakat yang berkunjung dan mengakses data ke Badan Pusat Statistik (BPS) berjumlah 3.478 orang. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat akan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) cukup tinggi. Persentase jumlah pengunjung Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Riau berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Persentase Jumlah Pengunjung Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Riau
Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2015

No	Pendidikan Terakhir	%
1	SLTA Ke bawah	25%
2	D1 / D2 / D3	7,5%
3	D4 / S1	52,5%
4	S2 / S3	15%

Sumber : BPS Provinsi Riau 2015

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pengunjung Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Riau berdasarkan tingkat pendidikan didominasi oleh pendidikan D4/S1 sebanyak 52,5%, kemudian diikuti pendidikan SLTA sebanyak 25%, selanjutnya pendidikan S2/S3 sebanyak 15% dan pendidikan D1/D2/D3 sebanyak (7,5%).

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) perlu dievaluasi secara berkala dan berkesinambungan. Evaluasi tersebut dimaksudkan

agar Badan pusat statistik (BPS) dapat melaksanakan tugas dan perannya dalam peningkatan kualitas penyelenggaraan statistik. Evaluasi yang dilakukan bukan hanya oleh kalangan internal tetapi juga perlu dilakukan oleh pihak lain. Dari uraian tersebut di atas maka penelitian ini dilakukan untuk memberikan indikasi kualitas pelayanan publik di Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Riau.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau ditinjau dari kualitas data BPS
- b. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau ditinjau dari kualitas pelayanan BPS

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran obyektif mengenai:

- a. tingkat kepuasan konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau ditinjau dari kualitas data BPS
- b. tingkat kepuasan konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau ditinjau dari kualitas pelayanan BPS

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

- a. Peneliti
Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan terutama bidang Manajemen
- b. Badan Pusat Statistik Provinsi Riau
Penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi yang akurat bagi Badan Pusat statistik Provinsi Riau mengenai kualitas data dan kualitas pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen BPS
- c. Masyarakat

Bagi masyarakat pada umumnya dan konsumen BPS khususnya, penelitian ini akan memberikan informasi mengenai kualitas data dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2. 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas menurut Juran, (dalam Yamit, 2005) adalah : suatu standar khusus dimana kemampuannya (*availability*), kinerja (*performance*), keandalannya (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*) dan karakteristiknya dapat diukur.

Menurut Davis, (dalam Yamit, 2005) membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendekatan yang digunakan Davis ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Menurut Zeithaml, dkk, (dalam Yamit, 2005) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan telah yang dijanjikan.
2. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
3. *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan.
4. *Empathy*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.
5. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Dimensi kualitas yang dikemukakan oleh Zeithaml, dkk tersebut berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan melebihi harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya berkualitas dan jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan kurang atau sama dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

Dalam sejarah Rasulullah SAW, kesuksesan dalam bisnis dilandasi oleh dua hal pokok, yaitu kepribadian yang amanah dan terpercaya serta pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni. Keduanya merupakan pesan moral yang bersifat universal yang bisa dikaitkan dengan sikap karyawan dalam melayani pelanggan sebagaimana uraian di bawah ini :

- a. *Shiddiq*, yaitu benar dan jujur tidak pernah berdusta dalam melakukan transaksi bisnis. (QS. *Al-Muthaffiin* 1-6) menerangkan tentang bahaya orang yang tidak jujur.
- b. *Istiqomah*, yaitu konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meski menghadapi berbagai godaan dan tantangan. (QS. *Al-Ahqaaf* : 13)
- c. *Amanah*, yaitu memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban, ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik (ihsan). (QS. *An-Nisaa* : 58)
- d. *Fathonah*, yaitu mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. (QS. *Yusuf* : 55)

2. 2. Definisi Jasa Pelayanan

Olsen dan Wiyckoff (dalam Yamit, 2005) melakukan pengamatan atas jasa pelayanan dan mendefinisikan jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan. Definisi secara umum dari kualitas jasa pelayanan ini adalah dapat dilihat dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas jasa pelayanan. Collier (dalam Yamit, 2005) memiliki pandangan lain dari kualitas jasa pelayanan ini, yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan

(*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).

2. 3. Kualitas Data

Departemen Statistik International Monetary Fund (IMF) dengan Data Quality Assessment Framework (DQAF) menetapkan tiga faktor yang mempengaruhi kualitas data yaitu akurasi dan reliabilitas, servisabilitas, dan aksesibilitas (IMF, 2006). Kualitas data adalah bagian dari tata kelola data, kualitas data mempunyai pengertian tentang kelengkapan dan keakuratan data (Batini 2009). Selain itu, kualitas data juga berhubungan dengan konsistensi dan ketepatan waktu (Batini, 2009).

Kelengkapan itu sendiri mengandung pengertian informasi sebagai output dari proses pengolahan data mewakili setiap keadaan sebenarnya (Wand dan Wang, 1996), memiliki semua pengertian yang diperlukan untuk mendeskripsikan suatu entitas (Bovee, 2001) atau semua nilai yang seharusnya dikumpulkan (Liu dan Chi, 2002).

Keakuratan mengandung pengertian sejauh mana data tersebut benar, dapat diandalkan (Wang dan Strong, 1996) dan nilai data yang disimpan dalam basis data sesuai dengan kenyataan (Ballou dan Pazer, 1985). Konsistensi mengacu pada aturan sistematis (Batini et al, 2009).

Ketepatan waktu yaitu aspek dari data yang termutakhirkan, ketepatan waktu memiliki dimensi kekinian, *volatilitas* dan *timeliness* (Batini, 2009). Kekinian berarti sejauh mana data adalah *up to date* (Batini, 2009). Sebuah data bernilai mutakhir jika sudah benar, meskipun mungkin penyimpangan yang disebabkan oleh perubahan waktu mereduksi nilai data (Redman, 1998).

Volatilitas berarti periode waktu dimana informasi bernilai valid (Jarke, 1995). *Timeliness* berarti rata-rata usia data di dalam sumber (Wand dan Wang, 1996).

2. 4. Gap (kesenjangan) Kualitas Layanan

Menurut Nursya'bani Purnama (2006) Harapan konsumen terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka peroleh. Dari sudut

pandang konsumen, sumber informasi bisa berasal dari internal maupun eksternal. Harapan konsumen terhadap layanan yang dijabarkan kedalam lima dimensi kualitas layanan harus bisa dipahami oleh perusahaan dan diupayakan untuk bisa diwujudkan. Tentunya hal ini merupakan tugas berat bagi perusahaan, sehingga dalam kenyataannya sering muncul keluhan yang dilontarkan konsumen karena layanan yang diterima tidak sesuai dengan layanan yang mereka harapkan. Hal inilah yang disebut dengan *gap* (kesenjangan).

2. 5. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Oldy Ardhana, 2010).

Faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain :

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman.

Secara umum kepuasan konsumen mencakup tiga komponen utama, yaitu:

1. Respon : Tipe dan intensitas. Kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intesitas responnya mulai dari sangat puas dan menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.
2. Fokus. Fokus pada performansi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan toko.
3. Waktu respon. Respon terjadi pada waktu tertentu, antara lain : setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman

akumulatif. Durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

Lupiyadi (2001) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

1. **Kualitas Produk.** Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya.
2. **Kualitas Pelayanan.** Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan
3. **Emosional.** Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.
4. **Harga.** Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
5. **Biaya.** Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2. 6. Badan Pusat Statistik (BPS)

Badan Pusat Statistik (BPS) merupakan lembaga publik yang memiliki tugas dan tanggung jawab menyediakan data dan informasi di bidang statistik. Hal ini sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Statistik. Dalam menghasilkan dan menyajikan data statistik, BPS senantiasa berusaha untuk memperhatikan kepuasan serta kualitas pelayanan kepada pengguna data yang mencari data statistik.

BPS sebagai instansi yang melaksanakan kegiatan statistik secara nasional selalu dituntut untuk menghasilkan data yang berkualitas dan mutakhir. Saat ini, seluruh kebijakan dan rencana pembangunan di segala bidang melibatkan data BPS sebagai acuan. Kementerian dan lembaga, institusi swasta, konsultan, peneliti, serta mahasiswa selalu menggunakan data sebagai bahan pendukung penelitian, perencanaan, pengembangan, serta pengambilan keputusan.

BPS dinilai baik kinerjanya tidak hanya dilihat dari kesuksesan pelaksanaan kegiatan statistik, tetapi juga dilihat bagaimana data BPS dapat diakses oleh seluruh masyarakat. Pada dasarnya, data tersebut wajib disosialisasikan kepada masyarakat. Penyebarluasan data BPS kepada masyarakat menjadi sorotan utama pihak luar, baik oleh sesama instansi pemerintah, swasta, maupun masyarakat umum. Oleh sebab itu, penyajian dan penyebarluasan data perlu disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan informasi saat ini.

Data hasil kegiatan sensus maupun survei harus disampaikan kepada masyarakat sebagai pengguna data. Pintu gerbang pemasaran data di BPS melalui Direktorat Diseminasi Statistik. Direktorat Diseminasi Statistik memiliki tujuh jenis layanan, yaitu layanan umum BPS, layanan resepsionis Pelayanan Statistik Terpadu (PST), layanan perpustakaan tercetak, layanan perpustakaan digital, layanan penjualan buku, layanan data mikro/peta digital/softcopy publikasi dan konsultasi statistik, serta layanan rekomendasi kegiatan statistik. Sementara itu, fungsi pelayanan di BPS provinsi berada pada bidang Integrasi Pengolahan dan Diseminasi Statistik.

2. 7. Penelitian Terdahulu

Fitriah Isky Farida (2011), dalam penelitiannya Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Kereta Api Ekspres Pakuan Jabodetabek (Studi kasus Kereta Api Ekspres Pakuan), menunjukkan bahwa terdapat sebelas atribut yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Hasil *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yaitu sebesar 0,476, yang berarti pelanggan “Kurang Puas” terhadap kinerja pelayanan yang dilakukan oleh PT. KAI *Commuter* Jabodetabek pada KA Ekspres Pakuan Bogor-Jakarta.

Heru Eka Lodhita dkk, dalam penelitiannya, Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA(*Importance Performance Analysis*) Dan CSI(*Customer Satisfaction Index*) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang, menunjukkan hasil pengolahan data dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) didapatkan rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 98,40%. Hasil dari metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) menunjukkan tingkat

kepuasan konsumen sebesar 75,89%. Nilai tersebut berada pada rentang 66-80%, dengan demikian secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap kinerja pelayanan Toko Oen Malang.

Arie Pohandry, Sidarto dan Winarni (2013) dalam penelitiannya Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis serta Service Quality, menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan tetapi belum maksimal. Hal ini dapat terlihat dari hasil pengujian tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yakni sebesar 67,93 %. Pada pengujian dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat 9 atribut pelayanan yang masuk kedalam kuadran I yang artinya ada 9 atribut yang belum memuaskan pelanggan dan pelayanannya belum maksimal. Berdasarkan pengujian dengan menggunakan metode *Service Quality* urutan perbaikan atribut dimulai dari atribut nomor 4 (SEO optimized pages) karena memiliki nilai negatif paling besar.

BAB III

METODE PENELITIAN

3. 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, yang beralamat di Jl. Pattimura Pekanbaru. Pengambilan objek penelitian ini karena BPS provinsi Riau menjadi sumber pengambilan data utama bagi para pengguna data seperti lembaga pemerintah, peneliti dan instansi lainnya.

3. 2. Rancangan Penelitian

Pendekatan ilmiah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Quantitative Research* dan *Qualitative Research*.

Quantitative Research : adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dari sebuah fenomena serta hubungan antar bagian-bagian tersebut. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam, sosial, politik dan ekonomi. Penelitian kuantitatif banyak digunakan untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan sebuah data statistik.

Qualitative Research : adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

Pendekatan *Quantitative Research* pada penelitian ini adalah survei lapangan (*Fieldwork Survei*) untuk melakukan wawancara tatap muka (*face to face interview*) terhadap responden dengan menggunakan kuesioner. Dasar pertimbangan menggunakan metode wawancara tatap muka adalah :

1. Pewawancara (*Surveyor*) dapat melakukan pendekatan secara pribadi kepada responden dan menjelaskan secara terperinci setiap pertanyaan dalam kuesioner, sehingga wawancara dapat berlangsung dengan lancar.

2. Pewawancara (*Surveyor*) dapat melihat langsung reaksi spontan responden untuk mengetahui tingkat kejujuran responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner guna mengurangi bias respon.

Pendekatan *Qualitative Research* pada penelitian ini adalah *Focus Group Discussion* (FGD). Topik yang akan dibahas dalam FGD adalah : (1) indikator-indikator yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas data dan pelayanan BPS, serta ragam data yang disediakan BPS; (2) penentuan bobot dari setiap indikator tersebut.

Rancangan Penelitian ini terbagi menjadi beberapa tahap kegiatan, yaitu:

1. Tahap Perencanaan/Persiapan (*Preparation*); Pada tahap persiapan ini terdapat beberapa kegiatan, antara lain : Penyusunan Desain Survei, Penyusunan instrumen survei, Penyusunan jadwal pelaksanaan survei.
2. Tahap Pelaksanaan Survei Lapangan (*Fieldwork Survei*); Pada tahap pelaksanaan survei lapangan ini terdapat beberapa kegiatan, antara lain : pelaksanaan pelatihan / briefing petugas survei, Pelaksanaan pendataan / pengumpulan data primer dari responden, Pelaksanaan Pengolahan Data (*Data Proccesing*),
3. Tahap Pengkajian/Analisis Data (*Data Analysis*); kegiatan pada tahapan ini adalah Pelaksanaan Analisis Data. Hasil analisis dari data survei antara lain adalah Indeks kepuasan Konsumen, Analisis Tabulasi silang (*cross-tab analysis*) antara IKM dengan kelompok konsumen, analisis kesenjangan (*gap analysis*) dan *Importance and Performanmce Analysis* (IPA)
4. Tahap Pendiseminasian Hasil Kajian (*Study Dessimation*). Pada tahap ini dilaksanakan pemaparan yang melibatkan beberapa orang narasumber, untuk memberikan masukan dan saran terhadap hasil penelitian ini.

3. 3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna data yang mengunjungi secara langsung ke Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Riau.

Berdasarkan buku tamu kunjungan di tahun 2015, pengguna data yang datang ke BPS adalah sebanyak 3478 orang.

Jumlah sampel (*size of samples*) ditentukan berdasarkan pada perhitungan dari rumus **Slovin** dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = prosentase tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah 10%.

Dengan menggunakan rumus di atas maka akan diperoleh jumlah sampel sebanyak 97 responden. Dalam hal ini peneliti memutuskan untuk mengambil 100 responden sebagai sampel penelitian.

$$n = \frac{3478}{1 + (3478)(0,1)^2} = 97,21$$

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Cluster Random Sampling*. Metode ini digunakan berdasarkan pertimbangan bahwa konsumen BPS yang akan disurvei terdiri dari 6 kelompok yaitu : (1) Kementrian dan lembaga, (2) Pemerintah daerah/SKPD, (3) Lembaga pendidikan dan penelitian, (4) media massa, (5) perusahaan Swata (6) lainnya.

3. 4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian maka penulis menggunakan cara pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Wawancara/interview, yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan secara langsung dengan semua pihak yang terkait dengan penelitian agar dapat mengungkapkan fakta yang terjadi dilapangan.
- b. Kuesioner, yaitu data yang di peroleh dengan cara membuat suatu daftar pertanyaan kepada responden terkait modal sosial sebagai program pengentaaan kemiskinan.
- c. Observasi, yaitu pengamatan secara lansung ketempat penelitian, terkait dengan objek penelitian selama waktu penelitian.

3. 5. Metode Analisis Data

Instrumen survei yang masih bersifat rancangan (*draft*) sebelum dipergunakan untuk survei lapangan perlu dilakukan uji coba untuk mengetahui tingkat validitas dan keterandalan (*Reability*) instrument yaitu :

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2006). Untuk mengetahui uji validitas ini menggunakan korelasi *product moment*. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka akan ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut sehingga alat ukur ini valid untuk sah dan sebaliknya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan variabel / konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui uji ini menggunakan nilai *Cronbach Alpha*, jika Menurut Nunnaly nilai *Cronbach Alpha* lebih besar 0,6 maka kuisisioner tersebut dikatakan reliabel (dalam Ghozali, 2006).

Dalam proses analisis data, penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis, yaitu analisis tabulasi silang (*cross-tab analysis*), analisis gap (*gap analysis*), dan *Importance and Performance Analysis* (IPA). Pengolahan data dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan data, Indeks Kepuasan Konsumen (IKK), Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM).

a. Analisis Tabulasi Silang (*cross-tab analysis*)

Tabulasi silang yang biasa disebut dengan *cross-tab* merupakan tabel yang menggambarkan hubungan dua atau lebih variabel. Perbedaan dan hubungan (korelasi) dua variabel dapat diidentifikasi dengan tabulasi silang. Berbagai analisis deskriptif disusun berdasarkan hasil tabulasi silang. Tabulasi silang akan membantu dalam memahami baik profil pengguna data, ketersediaan data, maupun identifikasi masalah lainnya.

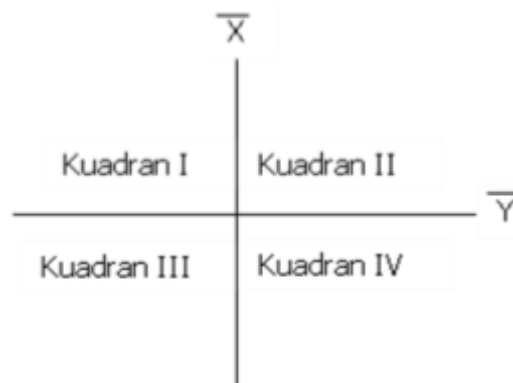
b. Analisis Kesenjangan (*gap analysis*)

Gap analysis adalah analisis mengenai kesenjangan antara harapan pengguna layanan dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh Badan Pusat Statistik. Pada *gap analysis*, harapan pengguna layanan akan dibandingkan dengan kinerja yang dipersembahkan (*delivered*) oleh Badan Pusat Statistik.

c. Importance and Performance Analysis (IPA)

Metode IPA dikenal pula dengan istilah analisis kuadran (*quadrant analysis*). Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977). Tujuan metode ini adalah mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa. IPA telah diterima secara umum dan digunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003).

IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang sangat mempengaruhi kepuasan. Selain itu, informasi yang ditampilkan juga berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang perlu ditingkatkan (*improvement*). Diagram Cartesius digunakan untuk menggambarkan hubungan antara rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) dan rata-rata tingkat kepuasan (*performance*), seperti yang terdapat pada Gambar 3.1. Pada gambar tersebut, rata-rata tingkat kepentingan dilambangkan dengan \bar{Y} dan rata-rata tingkat kepuasan dilambangkan dengan \bar{X} .



Gambar 3.1.
Kuadran Cartesius

Keempat kuadran Cartesius tersebut memiliki arti sebagai berikut:

1. **Kuadran pertama (kuadran A)**, “Tingkatkan Kinerja” (*high importance & low performance*). Kuadran ini terletak di sebelah kiri atas yang berarti prioritas utama unit pelayanan adalah peningkatan kinerja (*performance improvement*). Kuadran ini memuat indikator kepuasan yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya kinerja indikator tersebut belum sesuai dengan harapan konsumen. Kinerja dari indikator tersebut lebih rendah dari pada harapan konsumen terhadap indikator tersebut. Kinerja dari indikator yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan konsumen. Caranya adalah melakukan perbaikan secara terus menerus terhadap kinerja, sehingga *performance* dari indikator yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.
2. **Kuadran kedua (kuadran B)**, “Pertahankan Kinerja” (*high importance & high performance*). Kuadran ini terletak di sebelah kanan atas, yang berarti kinerja sudah dapat memenuhi harapan konsumen dan diusahakan untuk mempertahankan kinerja tersebut. Kuadran ini memuat indikator kepuasan yang dianggap penting oleh konsumen dan kinerja unit pelayanan dianggap sudah sesuai dengan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga tingkat kepuasannya relatif tinggi. Indikator kepuasan konsumen yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua indikator kepuasan ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata konsumen.
3. **Kuadran ketiga (kuadran C)**, “Prioritas Rendah” (*low importance & low performance*). Kuadran ini terletak disebelah kiri bawah, yang berarti prioritas rendah. Kuadran ini memuat indikator kepuasan yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerja indikator ini tidaklah terlalu istimewa. Peningkatan kinerja indikator kepuasan konsumen yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil.
4. **Kuadran keempat (kuadran D)**, “Cenderung Berlebihan” (*low importance & high performance*). Kuadran ini terletak di sebelah kanan bawah, yang berarti kinerjanya berlebihan sementara konsumen menganggap kurang penting. Kuadran ini memuat indikator kepuasan yang dianggap kurang penting oleh

konsumen. Indikator kepuasan konsumen yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar satuan kerja pemilik indeks dapat melakukan penghematan sumber daya.

d. Indeks Kepuasan Konsumen (IKK)

Secara umum kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut (Rangkuti,2009). Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) digunakan untuk mendapatkan gambaran tingkat kepuasan terhadap kualitas data, pelayanan, dan keragaman data. Indeks ini diperoleh dengan membandingkan antara harapan dan kinerja. Aspek yang akan dihitung dengan menggunakan IKK yaitu kualitas data dan kualitas pelayanan.

Indeks Harapan Gabungan dihitung dengan rumus:

$$IH = \frac{\sum h_i B_i}{\sum B_i}$$

Dimana :

\bar{h}_i = rata-rata tingkat kepentingan pada atribut ke-i

B_i = penimbang atribut faktor ke-i

Indeks Kinerja Gabungan dihitung dengan rumus :

$$IK = \frac{\sum k_i \bar{B}_i}{\sum B_i}$$

Dimana :

\bar{k}_i = rata-rata nilai kinerja pada atribut ke-i

B_i = penimbang atribut faktor ke-i

Agar memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKK, yaitu antara 25–100, maka hasil penilaian tersebut dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus berikut:

$$IKK \text{ unit layanan} \times 25$$

Oleh karena itu, dari 4 skala likert yang disesuaikan dengan nilai IKK, diperoleh nilai interval dan kualitas unit layanan seperti Tabel 3.1.

Tabel 3.1.

Nilai Persepsi, Nilai Interval, Nilai Interval Konversi, dan Kualitas Pelayanan

Nilai Persepsi	Nilai Interval	Nilai Interval Konversi	Kualitas Pelayanan
1	1,00 – 1,75	25,00 – 43,75	Sangat tidak memuaskan
2	1,76 – 2,50	43,76 – 62,50	Tidak Memuaskan
3	2,51 – 3,25	62,51 – 81,25	Memuaskan
4	3,26 – 4,00	81,26 – 100	Sangat Memuaskan

e. Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

Pada dasarnya sama dengan IKK yaitu untuk mencerminkan tingkat kepuasan pelayanan kepada masyarakat. Adapun perbedaan utama antara IKK dengan IKM adalah variabel-variabel yang digunakan dalam penghitungan. IKM hanya menggunakan 14 variabel yang dipersyaratkan dalam Kepmenpan No. 25 Tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah.

Nilai IKM dihitung dengan menggunakan nilai rata-rata tertimbang masing-masing unsur pelayanan. Dalam penghitungan IKM terhadap unsur pelayanan yang dikaji, setiap unsur pelayanan memiliki penimbang yang sama dengan rumus berikut:

$$\text{Bobot Nilai Rata – Rata Tertimbang} = \frac{\text{Jumlah Bobot}}{\text{Jumlah Unsur}}$$

Untuk memperoleh nilai IKM unit layanan, digunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus berikut:

$$IKM = \frac{\text{Total dari Nilai Persepsi per Unsur}}{\text{Total Unsur yang terisi}} \times \text{Nilai Penimbang}$$

Agar memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKM, yaitu antara 25–100, maka hasil penilaian tersebut dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus berikut:

$$IKM \text{ unit layanan} \times 25$$

Oleh karena itu, dari 4 skala likert yang disesuaikan dengan nilai IKM, diperoleh nilai interval dan mutu dari unit layanan seperti Tabel 3.1.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan karakteristik responden yang diperoleh selama kegiatan penelitian. Pada penelitian ini responden dibagi kedalam beberapa kriteria yaitu berdasarkan tempat beraktifitas, berdasarkan layanan data BPS yang diakses dan tujuan mengakses layanan BPS.

Tabel 4-1

Persentase Responden Berdasarkan Tempat Beraktifitas

No	Tempat Beraktifitas	Jumlah	%
1	Kementerian / Lembaga Pemerintah	13	13%
2	Pemerintah Daerah / Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD)	50	50%
3	Lembaga Pendidikan dan Penelitian	22	22%
4	Media Massa	5	5%
5	Perusahaan Swasta	10	10%
6	Lainnya	0	0%

Sumber : Data Olahan 2016

Dari tabel 4-1 dapat kita ketahui bahwa responden berdasarkan tempat beraktifitas didominasi oleh Pemerintahan Daerah / Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) sebanyak 50 responden (50%) kemudian diikuti oleh Lembaga pendidikan dan penelitian sebanyak 22 responden (22%), Kementerian / Lembaga Pemerintah 13 responden (13%), perusahaan swasta 10 responden dan media massa sebanyak 5 responden (5%).

Tabel 4-2

Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	%
1	SLTA Ke bawah	25	25%
2	D1 / D2 / D3	8	8%
3	D4 / S1	52	52%
4	S2 / S3	15	15%

Sumber: Data Olahan 2016

Dari tabel 4-2 dapat kita ketahui bahwa responden berdasarkan pendidikan D4/S1 mendominasi sebanyak 52 orang (52%) kemudian diikuti pendidikan SLTA

sebanyak 25 orang (25%), selanjutnya pendidikan S2/S3 sebanyak 15 orang (15%) dan pendidikan D1/D2/D3 sebanyak 8 orang (8%).

Tabel 4-3 di bawah ini menjelaskan persentase responden BPS berdasarkan layanan data BPS yang diakses

Tabel 4-3
Persentase Responden Berdasarkan Layanan BPS yang Diakses
Badan Pusat Statistik Provinsi Riau

No	Jenis Layanan BPS	Jumlah	%
1	Layanan Perpustakaan Tercetak	43	43%
2	Layanan Perpustakaan Digital	17	17%
3	Layanan Penjualan Buku	0	0%
4	Layanan Data Mikro / Peta Digital / Softcopy Publikasi	8	8%
5	Layanan Konsultasi dan Rekomendasi Kegiatan Statistik	22	22%
6	Layanan Konsultasi Pengguna Data	10	10%

Sumber : Data Olahan 2016

Tabel 4-3 menjelaskan bahwa layanan Badan Pusat Statistik Provinsi Riau yang diakses responden didominasi oleh layanan perpustakaan tercetak sebanyak 43 responden (43%), kemudian layanan konsultasi dan rekomendasi kegiatan statistik sebanyak 23 responden (23%), layanan perpustakaan digital sebanyak 17 responden (17%) selanjutnya Layanan konsultasi pengguna data sebanyak 10 responden (10%) serta Layanan data mikro /peta digital / softcopy publikasi sebanyak 8 responden (8%) akan tetapi layanan penjualan buku tidak ada yang diakses oleh responden saat ini.

Tabel 4-4
Persentase Responden Berdasarkan Media Komunikasi
untuk Mengakses Layanan BPS

No	Jenis Layanan BPS	Jumlah	%
1	Website BPS / Akses Online	12	12%
2	Email	5	5%
3	Surat (Fisik)	3	3%
4	Telepon	8	8%
5	Data Langsung	72	72%
6	Lainnya	0	0%

Sumber : Data Olahan 2016

Berdasarkan tabel 4-4 dapat kita ketahui bahwa media komunikasi untuk mengakses layanan BPS oleh responden seluruhnya mengambil data secara langsung sebanyak 72 responden (72%) selain data langsung responden juga mengakses layanan BPS melalui website BPS/akses online sebanyak 12 responden (12%),

telepon sebanyak 8 responden (8%) dan email sebanyak 5 responden (5%) serta melalui surat sebanyak 2 responden (2%).

Tabel 4-5
Persentase Responden Berdasarkan Tujuan Mengakses Layanan
Badan Pusat Statistik Provinsi Riau

No	Tujuan	Jumlah	%
1	Tugas Sekolah / Kuliah	3	3%
2	Skripsi / Tesis / Disertasi	20	20%
3	Penelitian	12	12%
4	Perencanaan	43	43%
5	Monitoring dan Evaluasi	17	17%
6	Penyebaran Informasi / Jurnalistik	5	5%

Sumber : Data Olahan 2016

Tabel 4-5 menyatakan bahwa layanan BPS Provinsi Riau yang diakses oleh responden didominasi oleh tujuan sebagai bahan perencanaan sebanyak 43 responden (43%), kemudian tujuan sebagai bahan skripsi/tesis/disertasi sebanyak 20 responden (20%), sebagai monitoring dan evaluasi sebanyak 17 responden (17%), selanjutnya tujuan sebagai bahan penelitian 12 responden (12%), penyebaran informasi/jurnalistik sebanyak 5 responden (5%) dan sebagai bahan tugas sekolah/kuliah sebanyak 3 responden (3%).

4.2. Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau

Indeks Kepuasan Badan Pusat Statistik Provinsi Riau disusun berdasarkan skor dua indikator, yaitu : (1) Kualitas Layanan BPS; dan (2) Kualitas Data BPS; Skor dari tiga puluh tiga indikator tersebut disusun berdasarkan skor jawaban responden untuk setiap pertanyaan yang terkait tingkat kepentingan dan harapan konsumen dalam mengurus layanan di Badan Pusat Statistik.

Hasil analisis data Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4-5 sebagai berikut :

Tabel 4-5.
Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,89	Kualitas Pelayanan BPS	3,00
		Kualitas Data BPS	2,79

Sumber : Data Olahan

Pada Tabel 4-5 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau secara keseluruhan berada pada angka indeks **2,89** pada skala 0 – 4 atau setara dengan **72,25** pada skala ukur 0 - 100. Kondisi ini dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau secara keseluruhan berada pada interval mutu pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

Hasil analisis data Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik berdasarkan kelompok responden, latar belakang pendidikan, dan ragam data adalah sebagai berikut :

4.2.1. Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik berdasarkan Kelompok Responden

Hasil analisis data Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik berdasarkan kelompok responden dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini.

Tabel 4-6.

Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden
Kementrian dan Lembaga.

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,81	Kualitas Pelayanan BPS	2,83
		Kualitas Data BPS	2,80

Pada Tabel 4-6 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden Kementrian dan Lembaga pada tahun 2015 ini berada pada nilai **2,81**. Pada skala 0 – 4 atau setara dengan **70,25** pada skala 0-100. Berdasarkan Tabel 4-6 dapat di analisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden Kementrian dan Lembaga berada pada interval mutu pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

Tabel 4-7
Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden
Pemerintah Daerah / Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD)

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	3,03	Kualitas Pelayanan BPS	3,11
		Kualitas Data BPS	2,95

Pada Tabel 4-7 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden Pemerintah Daerah / satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) pada tahun 2015 ini berada pada nilai **3,03** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **75,75** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-7 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden Pemerintah Daerah / Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) berada pada interval mutu Pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

Tabel 4-8.
Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden
Lembaga Pendidikan dan Penelitian

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,85	Kualitas Pelayanan BPS	3,04
		Kualitas Data BPS	2,66

Pada Tabel 4-8 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden Pemerintah Daerah / satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) pada tahun 2015 ini berada pada nilai **2,85** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **71,25** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-8 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden Pemerintah Daerah / Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) berada pada interval mutu Pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

Tabel 4-9
. Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik
Kelompok Responden Media Massa

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,83	Kualitas Pelayanan BPS	2,81
		Kualitas Data BPS	2,85

Pada Tabel 4-9 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden Media Massa pada tahun 2015 ini berada pada nilai **2,83** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **70,75** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-9 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden media massa berada pada interval mutu Pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

Tabel 4-10.
Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik
Kelompok Responden Perusahaan Swasta

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,92	Kualitas Pelayanan BPS	2,98
		Kualitas Data BPS	2,85

Pada Tabel4-10 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden Perusahaan Swasta pada tahun 2015 ini berada pada nilai **2,92** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **73,0** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-10 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden Perusahaan swasta berada pada interval mutu pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

4.2.2. Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan Responden

Hasil analisis data Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik berdasarkan Latar Belakang Pendidikan responden dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini.

Tabel 4-11.

Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan SLTA

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,96	Kualitas Pelayanan BPS	3,09
		Kualitas Data BPS	2,83

Pada Tabel 4-11 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan SLTA pada tahun 2015 ini berada pada nilai indeks **2,96** untuk skala ukur 0 - 4 atau setara dengan nilai indeks **74,00** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel III-6 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Kelompok Responden Pendidikan SLTA berada pada interval mutu pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

Tabel 4-12

Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan D3

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,83	Kualitas Pelayanan BPS	2,81
		Kualitas Data BPS	2,85

Pada Tabel 4-12 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan D3 pada tahun 2015 ini berada pada nilai **2,83** pada skala ukur 0 - 4 atau setara dengan **70,75** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-12 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan D3 berada pada interval mutu pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

Tabel 4-13.

Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan S1

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,91	Kualitas Pelayanan BPS	3,01
		Kualitas Data BPS	2,80

Pada Tabel 4-13 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan S1 pada tahun 2015 ini berada pada nilai **2,91** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **72,75** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-13 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan S1 berada pada interval mutu pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

Tabel 4-14.

Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan S2

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,87	Kualitas Pelayanan BPS	2,99
		Kualitas Data BPS	2,74

Pada Tabel 4-14 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan S2 pada tahun 2015 ini berada pada nilai **2,87** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **71,75** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-14 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Responden Pendidikan S2 berada pada interval mutu pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

4.2.3. Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau Berdasarkan Ragam Data

Hasil analisis data Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau berdasarkan ragam data dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini.

Tabel 4-15.
Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Data Bidang Statistik Sosial

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,95	Kualitas Pelayanan BPS	3,06
		Kualitas Data BPS	2,84

Pada Tabel 4-15 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Data Bidang Statistik Sosial berada pada nilai **2,95** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **73,75** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-15 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Data Bidang Statistik Sosial berada pada interval mutu pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

Tabel 4-16.
Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Data Bidang Statistik Produksi

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,78	Kualitas Pelayanan BPS	2,92
		Kualitas Data BPS	2,63

Pada Tabel 4-16 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Data Bidang Statistik Produksi berada pada nilai **2,78** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **69,50** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-16 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Data Bidang Statistik Produksi berada pada interval mutu pelayanan "C" dengan kinerja pelayanan "Cukup".

Tabel 4-17
Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik
Data Bidang Distribusi dan Jasa

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,98	Kualitas Pelayanan BPS	3,16
		Kualitas Data BPS	2,81

Pada Tabel 4-17 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Data Bidang Neraca dan Analisis Statistik pada tahun 2015 ini berada

pada nilai **2,98** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **74,5** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-17 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Data Bidang Neraca dan Analisis berada pada interval mutu pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

Tabel 4-18.
Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik
Data Bidang Neraca dan Analisis Statistik

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	2,76	Kualitas Pelayanan BPS	2,69
		Kualitas Data BPS	2,83

Pada Tabel 4-18 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Data Bidang Neraca dan Analisis Statistik pada tahun 2015 ini berada pada nilai **2,76** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **69,0** pada skala ukur 0 - 100.

Berdasarkan Tabel 4-18 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Data Bidang Neraca dan Analisis berada pada interval mutu pelayanan "C" dengan kinerja pelayanan "Cukup".

Tabel 4-19.
Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik
Data Bidang Metodologi Statistik

INDEKS	NILAI	INDIKATOR	NILAI
INDEKS KEPUASAN KONSUMEN	3,12	Kualitas Pelayanan BPS	2,58
		Kualitas Data BPS	3,67

Pada Tabel 4-19 terlihat bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Data Bidang Neraca dan Analisis Statistik pada tahun 2015 ini berada pada nilai **3,12** pada skala ukur 0 – 4 atau setara dengan **78,0** pada skala ukur 0 - 100

Berdasarkan Tabel 4-19 dapat dianalisis bahwa Indeks Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Data Bidang Neraca dan Analisis berada pada interval mutu pelayanan "B" dengan kinerja pelayanan "Baik".

4.3. Analisis Kesenjangan (*Gap Analysis*)

Gap Analysis yaitu analisis untuk mengukur kesenjangan antara tingkat kepentingan dengan harapan dari masing-masing indikator survei kepuasan konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. Hasil analisis perbandingan antara harapan konsumen dengan kenyataan pelayanan yang diberikan *gap analysis* Badan Pusat Statistik Provinsi Riau tersaji pada Tabel 4-20 berikut ini.

Tabel 4-20

Gap Analysis kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau

NO	PERTANYAAN	Performance	Importance	GAP
I	KUALITAS LAYANAN BPS			
1	Persyaratan pelayanan terpublikasi atau terpampang pada tempat yang mudah terlihat baik pada ruang pelayanan maupun pada website dengan bahasa yang mudah dipahami sesuai dengan jenis pelayanan	3,08	3,15	0,07
2	Persyaratan untuk mendapatkan pelayanan mudah dipenuhi	2,95	3,25	0,30
3	Informasi mengenai prosedur pelayanan terpublikasi atau terpampang pada tempat yang mudah terlihat baik pada ruang pelayanan maupun pada website dan dapat diketahui oleh seluruh pengguna layanan	3,15	3,15	-
No	Pertanyaan	Performance	Importance	GAP
4	Alur dari prosedur pelayanan jelas	3,00	3,18	0,18
5	Waktu pelaksanaan layanan terpublikasi atau terpampang pada tempat yang mudah terlihat baik pada ruang pelayanan maupun pada website	2,98	3,18	0,20
6	Waktu pelaksanaan layanan sesuai dengan waktu layanan	3,05	4,00	0,95
7	Target waktu penyelesaian layanan terpublikasi atau terpampang pada tempat yang mudah terlihat baik pada ruang pelayanan maupun pada website	3,00	3,20	0,20
8	Pelayanan selesai sesuai dengan target waktu penyelesaian layanan	3,03	3,23	0,20
9	Biaya atau tarif pelayanan diinformasikan dengan jelas dan dapat diakses dengan mudah oleh pengguna layanan baik melalui pemampangan diruang layanan maupun website	2,95	3,23	0,28
10	Petugas pelayanan tersedia dalam jumlah yang memadai/seimbang dengan jumlah konsumen	2,90	3,23	0,33
11	Mudah bertemu dan berkomunikasi dengan petugas pelayanan	3,05	3,30	0,25
12	Petugas pelayanan menunjukkan sikap siap, cepat, dan cekatan dalam melayani	3,03	3,33	0,30
13	Petugas pelayanan mampu memberikan solusi pada setiap permasalahan baik administrasi maupun teknis atas layanan yang disediakan	3,08	3,28	0,20
14	Petugas pelayanan mampu memberikan solusi pada setiap permasalahan baik administrasi maupun teknis atas layanan yang disediakan	2,98	3,25	0,28
15	Ruang pelayanan nyaman bagi konsumen	3,10	3,33	0,23

16	Ketersediaan fasilitas pendukung di ruang pelayanan BPS seperti sarana internet (wifi)	2,95	3,25	0,30
17	Kemasan produk layanan rapi dan formal	3,03	3,20	0,18
18	Sarana pengaduan disediakan bagi konsumen untuk memberikan pengaduan/keluhan terhadap layanan yang dirasakan	2,88	3,20	0,33
19	Pengaduan/saran/masukan konsumen ditindaklanjuti dengan baik	2,98	3,18	0,20
20	Halaman website BPS mudah diakses	2,95	3,43	0,48
21	Data BPS mudah ditemukan melalui website BPS	2,95	3,43	0,48
22	Fitur website BPS lengkap dan mudah dipahami (tabel, grafik, peta)	3,00	3,29	0,29
23	Mudah dan cepat untuk mendapatkan (download) data BPS	2,95	3,43	0,48
24	Bahasa website BPS mudah dipahami	3,10	3,33	0,24
	RATA-RATA	3,00	3,29	0,29
II KUALITAS DATA BPS				
1	Akurasi/ketepatan data, artinya data sesuai dengan kondisi sebenarnya	2,69	3,67	0,98
2	Kemutakhiran data, artinya data <i>terupdate</i> sesuai dengan periode terbaru	2,61	3,73	1,12
3	Relevansi data, artinya data sesuai dengan kebutuhan pengguna baik aspek cakupan maupun konten	2,94	3,61	0,67
4	Aksesibilitas data, artinya data mudah diakses/diperoleh	2,80	3,71	0,90
5	Komparabilitas data, artinya data dapat dibandingkan antar wilayah dan waktu	2,90	3,69	0,78
No	Pertanyaan	Performance	Importance	GAP
6	Koheren, artinya data konsisten dan selaras dengan statistik dari sumber selain BPS	2,73	3,65	0,92
7	Interpretabilitas, artinya data disajikan secara jelas dan mudah dipahami	3,10	3,67	0,57
8	Kelengkapan data, artinya data tersedia secara lengkap	2,63	3,73	1,10
9	Aktualitas dan ketepatan waktu artinya data yang dihasilkan BPS memiliki perbedaan jangka waktu yang pendek dengan peristiwa atau fenomena dan disebarluaskan/di-diseminasi-kan sesuai jadwal	2,69	3,61	0,92
	RATA-RATA	2,79	3,67	0,88
Rata-rata Kesenjangan				0,45
Simpangan Baku (Standard Deviation)				0,32
Keragaman (Variance)				0,10
Ambang Batas Bawah Kesenjangan				0,41
Ambang Batas Atas Kesenjangan				0,50

Sumber : Data Olahan

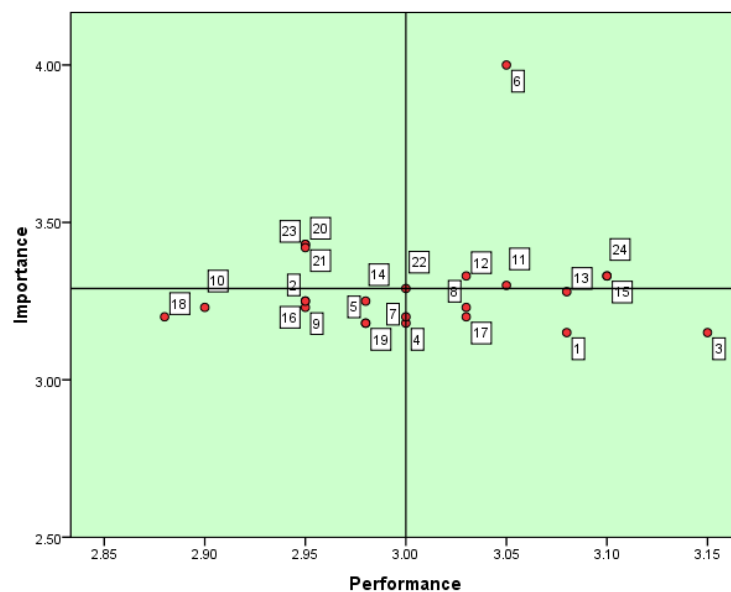
Dari Tabel 4-4 terlihat bahwa terdapat kesenjangan (*gap*) yang cukup lebar antara tingkat kepentingan dan kinerja pada indikator : **Kualitas Data BPS (0,88)**. Ketentuan untuk menyatakan bahwa *gap* indikator tersebut lebar atau besar adalah *gap* indikator yang berada diluar ambang batas atas toleransi kesenjangan, yaitu di atas 0,50.

Fakta ini menunjukkan bahwa pada indikator ini, para pelanggan berharap sangat besar terhadap kualitas Data BPS Provinsi Riau pada kenyataannya kinerja yang ditunjukkan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Riau pada indikator tersebut masih jauh dari harapan para pengguna layanan.

4.4. Analisis tingkat kepentingan konsumen dengan kinerja petugas (*Importance Performance Analysis*)

Analisis tingkat kepentingan konsumen dengan kinerja petugas (*Importance Performance Analysis*) digunakan untuk memetakan hubungan antara harapan atau tingkat kepentingan (*importance*) dengan kinerja (*performance*) dari setiap jawaban pertanyaan masing-masing indikator Tingkat Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik. Setiap jawaban pertanyaan pada masing-masing indikator tingkat kepuasan akan dipetakan kedalam 4 (empat) kuadran.

Hasil analisis kuadran terhadap data yang diperoleh pada Tingkat Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik untuk indikator Kualitas Layanan tersaji pada Gambar 4-1 berikut :



Gambar 4-1.

Pemetaan Jawaban Pertanyaan Indikator Kualitas Layanan

Berdasarkan Gambar 4-1 dapat dirangkum bahwa :

Kuadran I : Prioritas utama peningkatan kinerja (*Performance Improvement*)

Kualitas data yang termasuk dalam kuadran I ada 3 (tiga), yaitu :

- X20 = Halaman website BPS mudah diakses
- X21 = Data BPS mudah ditemukan melalui website BPS
- X23 = Mudah dan cepat untuk mendapatkan (*download*) data BPS

Kuadran II : Pertahankan Prestasi

Kualitas data yang termasuk dalam kuadran II ada 5 (lima), yaitu :

- X6 = Waktu pelaksanaan layanan sesuai dengan waktu layanan
- X11 = Mudah bertemu dan berkomunikasi dengan petugas pelayanan
- X12 = Petugas pelayanan menunjukkan sikap siap, cepat, dan cekatan dalam melayani
- X15 = Ruang pelayanan nyaman bagi konsumen
- X24 = Bahasa website BPS mudah dipahami

Kuadran III : Prioritas Rendah

Kualitas data yang termasuk dalam kuadran III ada 11 (sebelas), yaitu :

- X2 = Persyaratan untuk mendapatkan pelayanan mudah dipenuhi
- X4 = Alur dari prosedur pelayanan jelas
- X5 = Waktu pelaksanaan layanan terpublikasi atau terpampang pada tempat yang mudah terlihat baik pada ruang pelayanan maupun pada website
- X7 = Target waktu penyelesaian layanan terpublikasi atau terpampang pada tempat yang mudah terlihat baik pada ruang pelayanan maupun pada website
- X9 = Biaya atau tarif pelayanan diinformasikan dengan jelas dan dapat diakses dengan mudah oleh pengguna layanan baik melalui pemampangan diruang layanan maupun website
- X10 = Petugas pelayanan tersedia dalam jumlah yang memadai/seimbang dengan jumlah konsumen
- X14 = Petugas pelayanan mampu memberikan solusi pada setiap permasalahan baik administrasi maupun teknis atas layanan yang disediakan
- X16 = Ketersediaan fasilitas pendukung di ruang pelayanan BPS seperti sarana internet (wifi)
- X18 = Sarana pengaduan disediakan bagi konsumen untuk memberikan pengaduan/keluhan terhadap layanan yang dirasakan

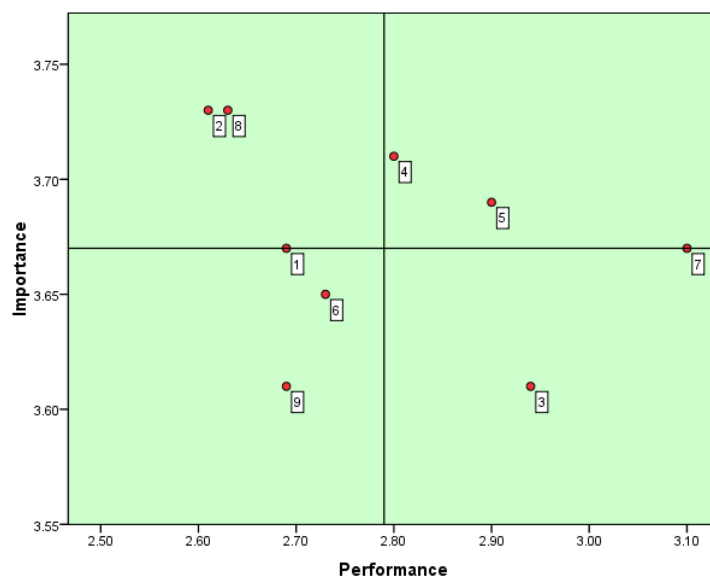
- X19 = Pengaduan/saran/masukan konsumen ditindaklanjuti dengan baik
- X22 = Fitur website BPS lengkap dan mudah dipahami (tabel, grafik, peta)

Kuadran IV : Melebihi Harapan

Kualitas data termasuk dalam kuadran IV ada 5 (lima), yaitu :

- X1 = Persyaratan pelayanan terpublikasi atau terpampang pada tempat yang mudah terlihat baik pada ruang pelayanan maupun pada website dengan bahasa yang mudah dipahami sesuai dengan jenis pelayanan
- X3 = Informasi mengenai prosedur pelayanan terpublikasi atau terpampang pada tempat yang mudah terlihat baik pada ruang pelayanan maupun pada website dan dapat diketahui oleh seluruh pengguna layanan
- X8 = Pelayanan selesai sesuai dengan target waktu penyelesaian layanan
- X13 = Petugas pelayanan mampu memberikan solusi pada setiap permasalahan baik administrasi maupun teknis atas layanan yang disediakan
- X17 = Kemasan produk layanan rapi dan formal

Hasil analisis kuadran terhadap data yang diperoleh pada Tingkat Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik Provinsi Riau untuk indikator Kualitas Data tersaji pada Gambar 4-2 Berikut :



Gambar 4-2.
Pemetaan Jawaban Pertanyaan Indikator Kualitas Data

Berdasarkan Gambar 4-2 dapat dirangkum bahwa :

Kuadran I : Prioritas utama peningkatan kinerja (*Performance Improvement*)

Kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran I ada 2 (yaitu), yaitu :

- X2 = Kemutakhiran data, artinya data *terupdate* sesuai dengan periode terbaru
- X8 = Kelengkapan data, artinya data tersedia secara lengkap

Kuadran II : Pertahankan Prestasi

Kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran II ada 2 (dua) yaitu :

- X4 = Aksesibilitas data, artinya data mudah diakses/diperoleh
- X5 = Komparabilitas data, artinya data dapat dibandingkan antar wilayah dan waktu

Kuadran III : Prioritas Rendah

Kualitas data yang termasuk dalam kuadran III ada 3 (tiga) yaitu :

- X1 = Akurasi/ketepatan data, artinya data sesuai dengan kondisi sebenarnya
- X6 = Koheren, artinya data konsisten dan selaras dengan statistik dari sumber selain BPS
- X9 = Aktualitas dan ketepatan waktu artinya data yang dihasilkan BPS memiliki perbedaan jangka waktu yang pendek dengan peristiwa atau fenomena dan disebarluaskan/di-diseminasi-kan sesuai jadwal

Kuadran IV : Melebihi Harapan

Kualitas data yang termasuk dalam kuadran IV ada 2 (dua), yaitu :

- X3 = Relevansi data, artinya data sesuai dengan kebutuhan pengguna baik aspek cakupan maupun konten
- X7 = Interpretabilitas, artinya data disajikan secara jelas dan mudah dipahami

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, dapat dirangkum beberapa kesimpulan sebagai berikut

- a. Secara umum konsumen atau pelanggan BPS sudah berada dalam kondisi yang puas dengan pelayanan BPS. Hal ini terlihat dari Indeks Kepuasan Konsumen yang diperoleh Badan Pusat Statistik yaitu sebesar 72,25 dengan kinerja pelayanan baik.
- b. Kualitas data yang menjadi produk utama BPS secara umum sudah dinilai baik. Namun yang masih perlu ditingkatkan adalah kemutakhiran data dan ketepatan waktu dalam penerbitan data/publikasi.
- c. Berdasarkan analisis kesenjangan (*Gap Analysis*) secara keseluruhan, indikator Tingkat Kepuasan Konsumen Badan Pusat Statistik dengan Kesenjangan (*gap*) cukup lebar adalah kualitas Data BPS (**0,88**) angka gap ini berada di atas ambang batas atas yang sudah ditentukan yaitu sebesar **0,50**. Aspek-aspek yang masih lemah dalam kualitas data ini terutama berkaitan dengan Kemutakhiran data dan kelengkapan data.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan beberapa butir kesimpulan dari kegiatan ini, maka dapat disusun rekomendasi peningkatan kepuasan konsumen Badan Pusat Statistik sebagai berikut :

- a. Secara umum kualitas data BPS sudah dinilai memuaskan. Walau demikian, berdasarkan analisis IPA terhadap aspek kualitas data, perlu peningkatan pada aspek kemutakhiran data yang dipublikasikan BPS (*Up to Date*). Adapun berdasarkan *gap analysis*, yang perlu diperhatikan adalah ketepatan waktu penerbitan buku/publikasi/data BPS (*Punctuality and Timelines*). Kedua hal ini sangat berkaitan karena ketepatan waktu penerbitan data juga akan mempengaruhi persepsi konsumen tentang kemutakhiran data
- b. Dalam hal pelayanan ,berdasarkan analisis IPA, aspek yang perlu diperbaiki adalah :

- i. Keterampilan petugas dalam melayani pengguna data
- ii. Kecepatan petugas ketika memberikan layanan kepada pengguna data, baik secara *Online* maupun *Offline*
- iii. Kecepatan merespon/menjawab *facsimile* atau *e-mail* terkait dengan permintaan informasi, permintaan data atau pengaduan pengguna data

Berdasarkan hal itu, perlu program peningkatan motivasi dan kualitas SDM dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Program ini terutama ditujukan kepada petugas yang berada di garis terdepan (*frontliner*) yang berhubungan dengan pelanggan.

- c. Dalam hal ketersediaan sarana dan prasarana pelayanan, berdasarkan analisis IPA, aspek yang perlu diperbaiki adalah :

- i. Kemudahan akses terhadap *website* BPS
- ii. Ketersediaan saluran komunikasi antara pengguna data dengan petugas BPS, seperti *e-mail*, *telepon* dan *facsimile*
- iii. Kemudahan berkomunikasi dengan petugas BPS

Berdasarkan hal tersebut, perlu ditingkatkan kemudahan mengakses *website* BPS serta sosialisasi nomor atau saluran yang dapat dipergunakan oleh pelanggan dalam menghubungi BPS.

- d. Dalam hal sikap empati petugas pelayanan, berdasarkan analisis IPA, aspek yang perlu diperbaiki adalah :

- i. Kepedulian petugas BPS terhadap kepentingan pengguna data
- ii. Kepedulian petugas BPS terhadap keluhan/ pengaduan pengguna data

Berdasarkan hal tersebut, perlu dikembangkan program pelatihan SDM untuk meningkatkan sikap empati dan membangun paradigma serta sikap melayani kepada pelanggan.

- e. Dalam kaitan dengan kegiatan pengukuran kepuasan konsumen di masa yang akan datang, direkomendasikan hal-hal sebagai berikut :

- i. Dalam pelaksanaan survei kepuasan konsumen tahun berikutnya diharapkan lebih mempertajam indikator survei kepuasan konsumen dengan cara melaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk penentuan bobot indikator.

- ii. jumlah responden dan wilayah survei pada pelaksanaan survei selanjutnya diharapkan diperluas dan diperbanyak

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, Oldy. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan Pelanggan*. Jurnal Universitas Diponegoro. Semarang. (diakses 7 April 2016)
- Arie Pohandry, dkk, 2013. **Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis Serta Service Quality**. *Jurnal REKAVASI (Desember,2013), Vol.1 No.1, 21-29*
- Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, 2015
- Fandy Tjiptono, 2008, **Strategi Bisnis Pemasaran**, Andi, Yogyakarta
- Freddy Rangkuti, 2009, **Strategi Promosi yang Kreatif**, Gramedia, Jakarta
- Heru Eka Lodhita, dkk, 2014, **Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA(Importance Performance Analysis) Dan CSI (Customer Satisfaction Index) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang**. (diakses 7 April 2016)
- Imam Ghazali, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Cetakan. Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Martinez, C.L., 2003, Evaluation Report : Tools Cluster Networking Meeting #1, center point Institute, Inc, Arizona. ([Http://www.centerpointinstitute.org/.../networking%20meeting%201_evaluation%20report%20final.pdf](http://www.centerpointinstitute.org/.../networking%20meeting%201_evaluation%20report%20final.pdf))
- Nursya'bani Purnama, 2006, **Manajemen Kualitas Perspektif Global**, Ekonisia, Yogyakarta
- Rambat Lupiyoadi, 2006, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Salemba Empat, Jakarta
- Sugiyono, 2006, *Statistik untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung
- Zulian Yamit, 2005, **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa**, Ekonisia, Yogyakarta